

Ангеліна АНТИМЕНЮК

Здобувачка вищої освіти ОС «Магістр»

спеціальності «Менеджмент»,

Науковий керівник: **Покотильська Н.В.**,

канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту,

публічного управління та адміністрування ЗВО "ПДУ",

м. Кам'янець-Подільський

СУТНІСТЬ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У сучасних умовах глобалізації бізнесу, значної обмеженості ресурсів, посилення конкуренції та прискорення технологічних нововведень важливою вимогою для сільськогосподарських підприємств є здатність пристосуватися до мінливих умов зовнішнього середовища. Запорукою їх успішного продуктивного розвитку є забезпечення максимально ефективного використання наявного ресурсного потенціалу. У науці та практиці існує велика кількість різноманітних методичних інструментів, які сприяють покращенню функціонування суб'єктів господарської діяльності. Одним із таких інструментів, що забезпечує досягнення результативного розвитку, формуючи стійкі конкурентні переваги, є стратегія. Йдеться про складну модель, яка охоплює усі процеси на підприємстві. Побудова ефективної стратегії розвитку дасть змогу керівникам сільськогосподарських підприємств окреслити пріоритетні стратегічні напрями розвитку, своєчасно реагувати на зміни внутрішнього і зовнішнього середовища та забезпечити стійке економічне зростання в довгостроковій перспективі. Стратегія є дієвою дорожньою картою протягом усього життєвого циклу підприємства.

Аналіз поняття “стратегія” різних вітчизняних та зарубіжних вчених, показує, що різні точки зору в цілому дають доцільні змістовні трактування. Це є ознакою багатоаспектності, складності та плановості поняття “стратегія” [1].

Стратегія – це довгостроковий комплексний план розвитку підприємства, який включає в себе сукупність послідовних дій та рішень з метою досягнення поставлених цілей та зміцнення конкурентних переваг на ринку. Йдеться про

певний набір правил, які в ідеалі повинні забезпечувати успішне досягнення основних довгострокових цілей та завдань підприємства, що в сукупності складають місію компанії. Стратегія відображає довгострокову концепцію розвитку підприємства, яка направлена на забезпечення конкурентних переваг в досягненні цілей та своєчасне реагування на виклики зовнішнього та внутрішнього середовища [2, с. 90].

Як зазначають американські вчені, “стратегічне бачення – це маршрут руху підприємства в майбутнє, яке визначає технології, цільові аудиторії, географічні та товарні ринки, перспективні можливості та образ майбутнього його стану”. Погоджуємось, адже справді стратегія – це підприємство у майбутньому, з його економічним та фінансовим станом, а також план дій для прийняття ефективних рішень з метою досягнення очікуваного стану.

На думку А. О. Дергоусова, “стратегія розвитку підприємства – це інтегроване поняття, що включає в себе стратегічні напрямки розвитку (альтернативи) і функціональні стратегії керування, і представляє собою встановлену на тривалий період сукупність норм, орієнтирів, напрямків, сфер, способів і правил діяльності, які забезпечують впевнений рух підприємства, його зростання і високу конкурентоздатність, що зміцнює позиції на ринку, підвищуючи здатність до виживання в конкретній ситуації” [3, с. 96].

В. К. Збарський зазначає, що “стратегія розвитку аграрного підприємства – це взаємоузгодження цілей підприємства з його можливостями та вимогами споживачів сільськогосподарської продукції, з використанням про цьому всіх його конкурентних переваг” [4, с. 41].

Отже, стратегія розвитку сільськогосподарського підприємства – це цілеспрямований, детальний, впорядкований та довгостроковий план дій, що інтегрує в собі певний набір правил та орієнтирів, які формують чітку лінію поведінки сільськогосподарського підприємства в напрямку поетапного досягнення поставлених цілей, задоволення потреб споживачів та отримання економічного і соціального ефекту, а також забезпечення сільськогосподарського зростання в країні в цілому [1].

Стратегію розвитку сільськогосподарського підприємства слід будувати за принципом SWOT-аналізу, а саме враховувати існуючі переваги та можливості внутрішнього середовища та можливі ризики і загрози зовнішнього середовища. В кінцевому результаті стратегія повинна не тільки задовольняти цілі сільськогосподарського підприємства, а й забезпечувати соціальний ефект, тобто сприяти скороченню сільської бідності, надавати додаткові робочі місця, тим самим збільшуючи трудову зайнятість населення, а також забезпечувати сільськогосподарське зростання, що призводить до покращення економічного стану країни у нинішній ситуації.

Враховуючи багатоплановий характер діяльності підприємства, слід відзначити необхідність існування певного переліку взаємопов'язаних стратегій, що є так званим “стратегічним набором” [1].

Стратегічний набір – це система різних видів стратегій, що відображають напрям розвитку підприємства та особливості його діяльності через комплекс чітко окреслених заходів в досягнення поставлених цілей, що визначає стратегічну позицію підприємства в зовнішньому середовищі. Стратегічний набір сільськогосподарських підприємств за сучасних умов господарювання має бути конкурентоспроможним, тобто відповідати поставленим обов'язковим вимогам – адаптивності, надійності, гнучкості, динамічності і цілеспрямованості. Разом з тим, стратегіям, що входять до його складу, необхідно бути науково обґрунтованими, взаємоузгодженими та взаємодоповнюючими, тобто здатними забезпечити успішну реалізацію конкурентних переваг і гарантувати підприємствам стійкий розвиток у мінливому та непередбачуваному середовищі. Саме тому для забезпечення успішної діяльності підприємства необхідно сформувати конкурентоспроможний стратегічний набір взаємоузгоджених стратегій підприємства, адаптований до зовнішніх і внутрішніх умов його функціонування та спрямований на досягнення високого рівня конкурентоспроможності підприємства як генеральної цілі останнього, із

досягненням високого конкурентного статусу на засадах сталого розвитку [5, с. 17].

Отже, в сучасних умовах високого рівня нестабільності зовнішнього середовища, інтеграційних процесів, які відбуваються, глобалізації бізнесу, стратегія розвитку для аграрного сектору відіграє неабияку роль та забезпечує рівень конкурентоспроможності галузі і відповідно країни в цілому. Відсутність розробленої стратегії розвитку та комплексу заходів з її реалізації в теперішніх умовах гальмує розвиток сільськогосподарських підприємств, або взагалі призводить до кризи, що в кінцевому результаті може призвести до зникнення таких підприємств з ринку. Ці фактори підтверджують необхідність розробки стратегії розвитку для кожного окремого сільськогосподарського підприємства.

Список використаних джерел

1. Боришкевич І. І. Механізм формування та впровадження стратегії розвитку сільськогосподарських підприємств : дис. канд. екон. наук : 08.00.04 / Львів, 2019. 252 с.
2. Боришкевич І. І. Теоретичні підходи до розуміння сутності стратегії розвитку сільськогосподарських підприємств. *Інноваційна економіка*. 2016. № 9-10. С. 88-92.
3. Дергоусова А. О. Щодо питання визначення сутності поняття стратегії розвитку транспортного підприємства. *Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі*. 2010. № 4. С. 88-101.
4. Збарський В. К. Сутність поняття “стратегія розвитку” малого підприємства. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України*. 2013. Вип. 181 (6). С. 36-45.
5. Голік В. В. Стратегічний набір як ефективний інструмент забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 2. С. 15-24.